

Мудрак А. О.,

студентка 4 курсу групи 061-41 б

Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

Науковий керівник: Юксель Г. З.,

кандидат філологічних наук, доцент,

доцент кафедри слов'янської філології та журналістики

Навчально-наукового інституту філології та журналістики

Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського

ПОНЯТТЯ ФЕЙКУ І ЙОГО РОЛЬ У ГІБРИДНІЙ ІНФОРМАЦІЙНІЙ ВІЙНІ

Фейк – потужний інструмент гібридної інформаційної війни, що організована та проводиться по відношенню до України з боку держави-агресора [6, ст. 109-114]. Представники суспільства мають знати, що таке фейкові новини, їхні види, вплив на свідомість та поведінку людини, засоби протидії хибної інформації.

У 2017 р. видавництво Collins визначило поняття «фейкові новини» як «фальшиву, часто сенсаційна інформація, розповсюджена під виглядом новин» [2]. Це й брутальна підробка чи імітація новин, яку створено за повного ігнорування редакційних норм, правил, стандартів, прийнятих у засобах масової інформації для забезпечення перевіреності, яка не витримує жодних, навіть поверхневих, перевірок на відповідність, але, незважаючи на це, має потужний вплив на свідомість великої кількості людей [1].

Не потрібно недооцінювати фейки, які не лише дезінформують суспільство, але й цілком здійснюють вплив на світогляд, поведінку людини, навіть інколи на її здоров'я та оточення. Поширювати їх може практично кожний, що створює реальну небезпеку. Читаючи новини дійсно треба бути обережним. Якщо читач не знає, що певне повідомлення є недостовірним, то він керується викривленою картиною події, яку може надалі поширювати іншим.

Мета поширення фейків може бути різною: налякати читачів, посяти паніку задля того, щоб зневірити громадян, дестабілізувати ситуацію, порушити порядок у державі.

Розпалювання національної, релігійної, расової ворожнечі, приниження честі та гідності проявляється в образливих твердженнях,

у яких мова йде про обмеження прав конкретного прошарку суспільства та надання привілеїв людям, які мають певний колір шкіри, релігійні переконання, етнічне або соціальне походження, місце проживання, соціальний статус, майновий стан тощо. Інколи це стосується мови, якою спілкується частина громадян. Загострення подібних конфліктів провокує людей на порушення ситуації як у країні, у якій вони проживають, так і поза її межами.

Розповсюдження фейкової інформації може проводитися з розважальною метою. Існують видання, які спеціалізуються на гуморі та сатири, які не приховують від читача, що їхній матеріал є лише вигадкою. У подібних повідомленнях зазвичай висміюють людей або соціальні пороки. Зазвичай їх не потрібно сприймати серйозно, але деякі медіа можуть поширювати таку інформацію як достовірну інформацію.

У гібридній війні держави частіше використовують недержавних дійових осіб та інформаційні технології для перемоги над своїми супротивниками за відсутності прямого збройного конфлікту у досягненні своєї політичної мети [4].

Застосовуючи непрямий психологічний вплив, країна-агресор здатна полегшити завдання у військовій сфері. Деморалізоване та зневірене суспільство вже менше людей чинить спротив і ними можна в певній мірі керувати. Фейки використовують для створення необхідного агресорові середовища, оскільки недостовірна інформація підриває авторитет держави і навіть цілої нації. Колишній президент України Петро Порошенко під час «Українського сніданку» у рамках Всесвітнього економічного форуму в Давосі у 2018 р. наголосив, що фейкові новини – це частина гібридної війни Росії проти України [5].

На основі матеріалів таких українських видань як «ZIK», «Znaj.ua», «Вести Україна» і «Politeca» можна дійти висновків, що фейків є достатньо у українському інформаційному просторі. У якості прикладу зазначимо матеріал українського медіа ресурсу «Вести Україна» від 2 грудня 2021 р. «Страждають нирки та серце. 5 ситуацій, у яких не можна пити воду» [3], у яких поради надає журналіст, та відсутні джерела дослідження. Зазвичай, подібні повідомлення підкріплюють офіційними науковими посиланнями. У тексті ж матеріалу пропонується певний перелік ситуацій, у яких наче не бажано пити воду. Довіряти таким новинам не є бажаним, адже вони можуть нашкодити здоров'ю людини.

На жаль, деякі засоби масової інформації підтримують та просувають проросійські ідеї, нехтуючи журналістською етикою. Проте достатньо й тих медіа, проєктів і громадських організацій, котрі протистоять недобросовісним працівникам ЗМІ.

У період гібридної війни, що досі триває проти України, важливо розпізнавати фейки, не довіряти їм і не поширювати. Суспільство не має піддаватися провокаціям агресора і допомагати йому. Перемога в інформаційній війні може суттєво вплинути на розвиток подій, програти її ми не можемо.

Список використаних джерел:

1. Волошка В. Аби вами не маніпулювали! У Дрогобичі вчилися інформаційній гігієні виборця. URL: <https://drogmedia.net.ua/2019/06/15/aby-vamy-ne-manipuyuvaly-u-drogoby-chi-vchy-ly-sya-informatsijnij-gigiyeni-vy-bortsy/> (дата звернення: 4 листопада 2022 р.).
2. Гордієнко Т. Фантастичні фейки й де їх шукати. Як fake news стало поняттям року. URL: <https://ms.detector.media/mediaanalitika/post/20242/2017-12-20-fantastychni-feyky-y-de-ikh-shukaty-yak-fake-news-stalo-ponyattjam-roku/> (дата звернення: 22 жовтня 2022 р.).
3. Дідик Н. Страдают почки и сердце. 5 ситуаций, в которых нельзя пить воду. URL: <https://vesti.ua/poleznoe/stradayut-pochki-i-serdtse-5-situatsij-v-kotoryh-nelzya-pit-vodu> (дата звернення: 7 листопада 2022 р.).
4. Оверчук О. Гібридна війна проти України: як розуміти та що робити? URL: <https://mind.ua/openmind/20236395-gibridna-vijna-proti-ukrayini-yak-rozumiti-ta-shcho-robiti> (дата звернення: 22 жовтня 2022 р.).
5. Фейкові новини є частиною гібридної війни, – Порошенко. URL: <https://detector.media/infospace/article/134023/2018-01-25-feykovii-povnyu-ie-chastynouy-gibrydnoi-viyny-poroshenko/> (дата звернення: 25 жовтня 2022 р.).
6. Черниш Р. Фейк як один із інструментів негативного впливу на національну безпеку України в умовах ведення гібридної війни. *Часопис Київського університету права*. 2019. № 2. С. 109-114. URL: http://www.irbisnbuv.gov.ua/cgi-bin/irbis_nbuv/cgiirbis_64.exe?I21DBN=LINK&P21DBN=UJRN&Z21ID=&S21REF=10&S21CNR=2

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-275-6-13>

Нестеренко О. А.,

*старший викладач кафедри слов'янської філології і журналістики
Таврійського національного університету імені В. І. Вернадського*

СПЕЦИФІКА ПРОДУКУВАННЯ ІСТОРІЙ У СОЦІАЛЬНИХ МЕДІА

На сьогодні користувачі інтернету приділяють значну увагу мережевим спільнотам та ведуть власні блоги, тому основним аспектом існування онлайн-видань є їхнє адаптування до соціальних медіа. Активність аудиторії часто спричинена тим, що суспільство втомилося від новин і прагне історій про звичайних людей. З огляду на запити користувачів, медіа створюють розповіді і популяризують їх.

В умовах повномасштабної війни українці черпають найбільше новин із соціальних мереж, що є вагомою підставою для поширення історій саме тут. Соціальні мережі також сприяють їх просуванню, пропонуючи різні інструменти для публікування контенту: інстаграм-сторис, офіційні фейсбук-сторінки, дописи, «Моменти» та аудіокімнати у твітері, тікток-відео. У такий спосіб історії можуть викликати резонанс, привернути увагу громадськості, хоч розказування їх потрібне ще й для того, аби поділитися своїми переживаннями, отримати поради чи реакцію аудиторії.

Термін «сторителінг» (від англ. *storytelling*) означає розповідь історії. Із погляду маркетингу, сторителінг потребує акцентування на мультимедійному контенті, який буває трьох різновидів: 1) анімація (GIF), 2) зображення, що охоплює фото, інфографіку, графіку та ілюстрації, 3) відеоконтент.

Аналіз наукової літератури дає підстави констатувати, що специфіка сторителінгу в соціальних мережах зрідка поставала об'єктом наукових зацікавлень. Зокрема, інструменти соціальних мереж схарактеризували Е. Ель-Кататні [4] і Ф. Мпофу [6], технології